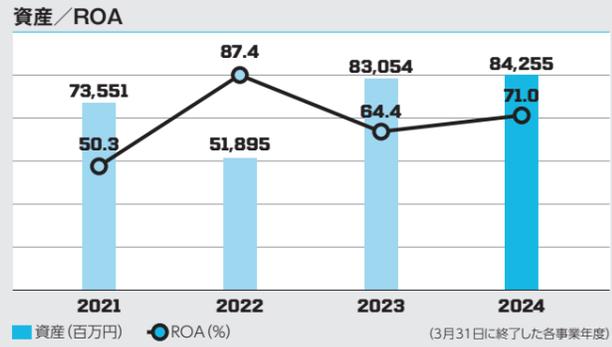


デジタルコンテンツ事業

コンシューマ向けパッケージソフトとダウンロードコンテンツの開発・販売、モバイルコンテンツの開発・運営を行っています。コンシューマでは、独自のオリジナルコンテンツを生み出し、PCを中心に、マルチプラットフォームにおいてデジタル配信の活用により継続的な収益を獲得する一方、これら多くのミリオンタイトルをスマートフォン・タブレット型端末へも展開し、全世界に配信することで収益の最大化を図っています。



SWOT分析表 S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

<ul style="list-style-type: none"> 世界有数の開発力および技術力 オリジナルの人気コンテンツ(知的資産)を多数保有 ゲームのグローバル化による市場の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 特定のジャンルに集中 モバイルゲームでのヒット作および運営ノウハウ不足
<ul style="list-style-type: none"> コンシューマにおける競合減少 デジタル販売の普及などDXに伴う販売の長期・グローバル化 サブスクリプションなどの新プラットフォームの出現 ハイエンドコンテンツ対応可能な高性能スマートフォンの普及 	<ul style="list-style-type: none"> モバイルコンテンツの低い参入障壁や膨大な競合企業存在 技術革新による新たなエンターテインメントとの競合 AIによる低コスト開発の新規競合の出現

非財務資本の活用

<ul style="list-style-type: none"> 国内最大規模となる約2,600名の自社開発者 マーケティング・データ分析の専門部署を活用 	<ul style="list-style-type: none"> ゲーム専用機・スマートフォン・PC向けゲーム配信サービスの世界的普及 自社開発の高効率ゲーム開発エンジン 世界最先端の開発設備
<ul style="list-style-type: none"> オリジナルの人気コンテンツ(知的資産)を多数保有 カプコンブランドに対するユーザーからの信頼 	<ul style="list-style-type: none"> 国内外の開発会社との提携 アジアを中心としたモバイル・オンラインゲーム運営会社との提携

主力リポートタイトルの販売が好調に続伸しました。さらに、積極的なプロモーションによるブランドの認知拡大を図る施策等を行い、『バイオハザード RE:4』などシリーズタイトルを中心に販売した結果、リポートタイトルの販売本数が3,629万本と前期の2,930万本を上回り、収益を押し上げました。

この結果、売上高は1,198億41百万円(前期比22.1%増)、営業利益は598億31百万円(前期比11.8%増)となりました。

今後も、コンシューマビジネスの成長を中期経営目標達成のための鍵と位置付け、①デジタル販売の強化、②60ヵ月マップおよび52週マップの継続運用によるタイトルラインナップの増強、③新規および休眠ブランドの掘り起こしに取り組めます。

①では、デジタル販売が普及したことにより、期間セールなどの施策が可能となり、価格設定の柔軟性が増し、マーケティングの効果範囲が広がっています。主力タイトルの本編および追加コンテンツに加えて、蓄積してきた知的資産(IP)を活用し、旧作のリメイクや現行機移植版を投入するなど、販売機会の創出とデジタル売上比率の向上を図ります。②では、主力タイトルの開発に向けて、2015年3月期以降、中期的なタイトルポートレートマップ「60ヵ月マップ」や開発者の年間アサイン管理「52週マップ」を運用してきました。引き続き、効率的な開発体制の整備に努め、主力タイトルを安定的に投入できる体制を作っていきます。③では、開発人員の増強により、一定期間新作が発売されていない休眠ブランドの再活性化を目指します。

次期においては、完全新作タイトルの『祇(く)につがみ) : Path of the Goddess』(Xbox Series X|S、プレイステーション 5、パソコン用)を投入するほか、引き続きリポートタイトルとして『ストリートファイター6』や『ドラゴンズドグマ 2』等の貢献を見込みます。また、その他主力コンテンツにおいてもデジタル販売に注力しグローバルでのさらなる拡販に努めます。これらにより、販売本数は5,000万本

(前期比8.9%増)、売上高は1,251億円(前期比4.3%増)となり、デジタル販売売上比率は88%超と向上することから、増収増益を見込んでいます。

モバイルコンテンツビジネス

当期(2024年3月期)は、ライセンスタイトルが主な要因で、売上高は35億円(前期比25.0%増)となりました。

今後は、引き続き、国内外のモバイル開発企業へ自社IPのライセンスアウトを展開することにより、ブランド認知の拡大、運営ノウハウの蓄積を図ります。

また、新世代の通信規格をはじめ、将来の技術革新に備え研究を進めます。

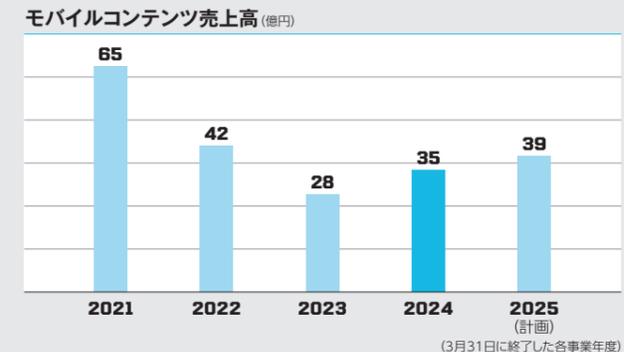
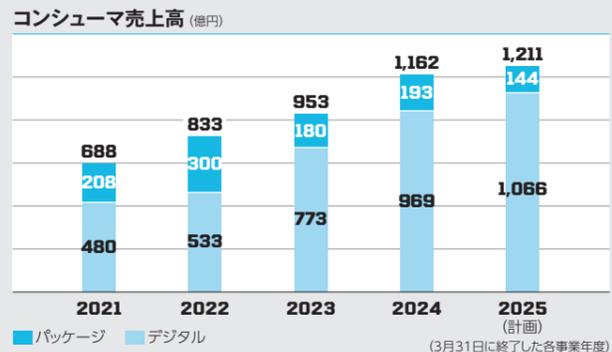
次期においては、2023年9月に配信開始された『モンスターハンターNow』など、ライセンスアウトタイトルの貢献により、売上高は、39億円(前期11.4%増)と増収の見通しです。

当期の概況と次期の展望

コンシューマ(パッケージ+デジタル)ビジネス

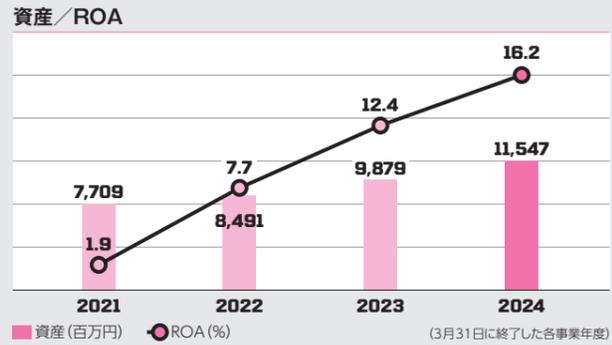
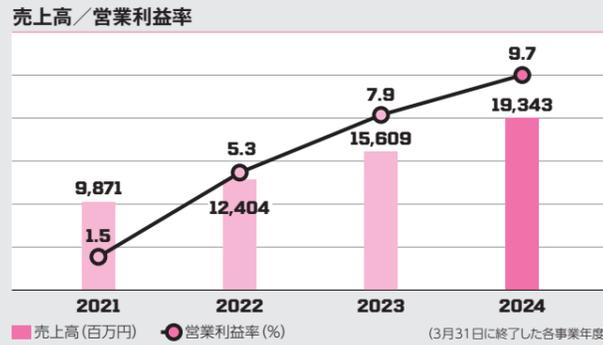
当期(2024年3月期)のコンシューマビジネスは、2023年6月に発売した『ストリートファイター6』(プレイステーション 5、プレイステーション 4、Xbox Series X|S、パソコン用)が、複雑なコマンド入力無しで必殺技を出せる新たな操作モード「モダンタイプ」を採用し、幅広いユーザー層に向けた施策を講じた結果、330万本を販売し業績向上に貢献しました。また、2024年3月に発売した『ドラゴンズドグマ 2』(プレイステーション 5、Xbox Series X|S、パソコン用)も、王道ファンタジーの世界で自由な冒険が楽しめるオープンワールドアクションゲームとして順調に推移し、262万本を販売し収益向上に大きく寄与しました。

リポートタイトルにおいては、「モンスターハンター」シリーズの完全新作『モンスターハンターワイルズ』の発表に併せ、同シリーズの



アミューズメント施設事業

国内でアミューズメント施設「プラサカプコン」を中心に運営しています。主に大型複合商業施設に出店し、各種イベントを開催してファミリー層や若者を集客するとともに、スクラップ&ビルドの徹底による効率的な店舗運営を実践しています。



SWOT分析表 S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

<ul style="list-style-type: none"> 安定集客を確保できる大型SC店舗への出店に特化 投資効率を重視したスクラップ&ビルドの徹底で高い収益性を維持 	<ul style="list-style-type: none"> 厳選した少数出店による成長率の低さ 自社コンテンツとのシナジーの限定
<ul style="list-style-type: none"> 自社IPを活用したグッズ販売や飲食店など市場の深耕 eスポーツとの連携による新規顧客の拡大 新機軸の筐体・サービスの登場 	<ul style="list-style-type: none"> デジタルゲーム等の急伸による娯楽の多様化 景況変化に伴う集客力の低下 コロナ禍に伴う集客力の低下

非財務資本の活用

<ul style="list-style-type: none"> 自社の店舗運営スタッフ 地域で雇用するパート・アルバイト店員 	<ul style="list-style-type: none"> 大型ショッピングセンター(SC)の集客力 店舗設計と施工を行うデベロッパー
<ul style="list-style-type: none"> 40年間で培った店舗運営ノウハウ 飲食や景品に展開可能な自社IP(キャラクター・世界観) VR技術を活用したサービス 	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民との関係 国内外のアミューズメント機器メーカー

当期の概況と次期の展望

当期(2024年3月期)は、新型コロナウイルス感染症の5類への移行により経済活動が回復した状況下、来店客数がコロナ禍以前の水準を超え、既存店の効率的な店舗運営や新業態での出店効果などにより収益拡大を図り、前期比で増収増益となりました。

店舗数は、4月に「キッズパネット 静岡店」、6月に体験型施設の「フレイジーパネット イオンモール新居浜店」(愛媛県)を出店したほか、カプセルトイ専門店として12月に「カプセルラボ 原宿竹下通り店」(東京都)やプリントシール専門店も併設した「プリマート/カプセルラボ 三宮店」(兵庫県)を2024年3月にオープンし、合計4店舗の出店、施設数は49店舗となりました。

この結果、売上高は193億43百万円(前期比23.9%増)、営業利益は18億68百万円(前期比52.2%増)となりました。

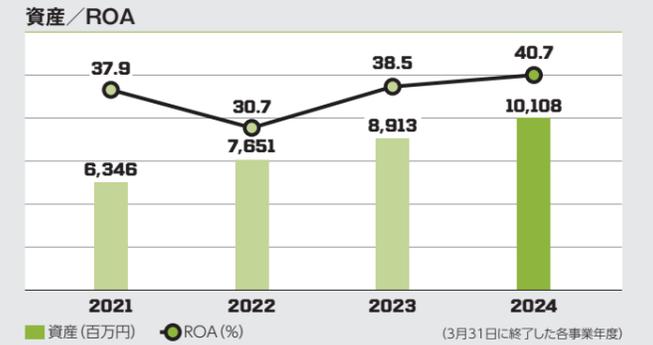
次期においては、効率的な店舗運営および新たな集客に向けた出店を推進し、既存店の前年比売上高は102%、売上高は220億円

(前期比14.0%増)、営業利益21億円(前期比12.0%増)と増収増益を見込んでいます。

店舗数については、新業態店舗の展開を継続し、引き続きスクラップ&ビルドの基本戦略に基づき集客力の高い好条件立地への出店を推し進め、出店7店舗、退店0店舗により、合計56店舗となる予定です。

アミューズメント機器事業

家庭用ゲームのコンテンツを活用するビジネスを展開しています。パチンコ&パチスロ(PS)事業では、遊技機向け筐体および液晶表示基板、ソフトウェアを開発・製造・販売し、事業間シナジーを創出しています。



SWOT分析表 S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

<ul style="list-style-type: none"> 家庭用ゲームで培った高度な開発力 豊富な自社コンテンツを活用 多様性のある販売路 	<ul style="list-style-type: none"> 営業力の不足 ルール変更への機動的な対応力
<ul style="list-style-type: none"> 人気機種出現による市況の回復 ルール変更に伴う筐体入れ替え需要の発生 	<ul style="list-style-type: none"> オペレーターやホールの投資意欲の減退 市況低迷の長期化 風適法や適合ルール等の改正による市況の変動

非財務資本の活用

<ul style="list-style-type: none"> 企画・開発を担当する自社開発者 	<ul style="list-style-type: none"> 機種の製造工場 日本全国のパチンコ・パチスロ店、ゲームセンター
<ul style="list-style-type: none"> オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有 パチスロの適合ルールに対応した開発技術 	<ul style="list-style-type: none"> 大手企業との連携 パチスロ機の許認可に関する行政機関

当期の概況と次期の展望

当期(2024年3月期)においては、パチンコ&パチスロ(PS)はスマートパチスロ第一弾の「戦国BASARA GIGA」、第二弾の『バイオハザード ヴィレッジ』など新機種3機種を含む当期5機種の販売台数は31.3千台となりました。

当事業におきましては、パチスロ市場がスマートパチスロのけん引により堅調に推移している環境下、2023年8月発売のスマートパチスロ『戦国BASARA GIGA』の販売台数が15千台となったほか、初のECプラットフォーム展開となる12月発売のスマートパチスロ『バイオハザード ヴィレッジ』が10千台を販売しました。加えて、2022年8月発売の『新鬼武者2』および2023年1月発売の『モンスターハンターワールド:アイスボーン』が、市場での高稼働を受け、リピート販売が順調に推移しました。

この結果、取引形態の多様化を図ったことなどにより、売上高は90億20百万円(前期比15.6%増)、営業利益は41億17百万円

(前期比19.9%増)となりました。

当社ではホールやユーザーに評価いただける機種の投入に向けて、引き続き①コンシューマの人気コンテンツを使用し映像演出や遊び方に趣向を凝らした射幸性に頼らない機器の開発、②大手企業との連携による機器のクオリティ向上および強力な販売網の確保を推し進めます。

次期においては、引き続き市場動向を注視しながら、4機種を投入し41.5千台(前期比10.2千台増)の販売を計画しています。売上高は127億円(前期比41.0%増)、営業利益は48億円(前期比17.0%増)と増収増益となる見込みです。

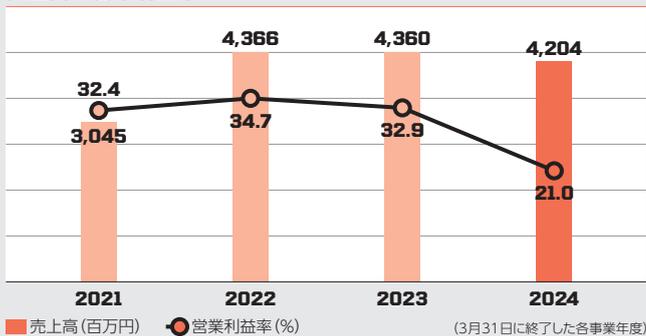
セグメント情報

株式会社カプコンおよび連結子会社 3月31日に終了した各事業年度

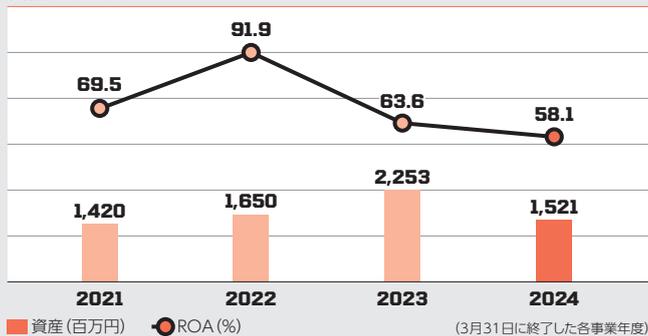
その他事業

ゲームコンテンツを多メディアに展開するワンコンテンツ・マルチユース戦略に基づき、多彩な版權ビジネスを推進しています。ゲームの攻略本・設定集などの出版事業、映画化やアニメ化、音楽CD・キャラクターグッズなどを展開するライセンスビジネスに加えて、eスポーツビジネスにも注力しています。

売上高／営業利益率



資産／ROA



SWOT分析表

S: Strengths W: Weaknesses O: Opportunities T: Threats

<ul style="list-style-type: none"> 豊富なコンテンツを多面的に活用して高い相乗効果を創出 メディア展開の高い露出効果でブランド価値向上 収益性の高さ 	<ul style="list-style-type: none"> 販売許諾のためローリターン(売上)
<ul style="list-style-type: none"> 映画、アニメ、コミック、舞台、オーケストラ等展開メディアの拡大 自社IPを活用したeスポーツ大会等、ユーザーの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> グローバル化による他社コンテンツとの競争激化

非財務資本の活用

<ul style="list-style-type: none"> コンテンツ展開に長けたプランナー アライアンス契約等を担う法務担当者 	<ul style="list-style-type: none"> 国内外の知的財産に関する法制度 キャラクターグッズ等の製造会社
<ul style="list-style-type: none"> オリジナルの人気コンテンツ(知的資本)を多数保有 ブランドビジネス(IP価値を最大化する戦略) 	<ul style="list-style-type: none"> 共同企画を行うイベント開催会社 ハリウッド等の映画会社との関係 プロゲーマーとの関係 地方自治体との関係

当期の概況と次期の展望

当期(2024年3月期)は、映像ビジネスにおいて当社タイトルのブランド価値向上に向け、CG長編映画『バイオハザード: デスアイランド』を全世界で公開するほか、Netflixにおいてアニメシリーズ『鬼武者』をグローバルで配信するなど、引き続き主力IPを活用した映像化やキャラクターグッズ展開などに注力しました。eスポーツにおいては、シリーズ最新作の『ストリートファイター6』を投入し、賞金総額を当社史上最高の200万ドル以上に拡大して世界各国で開催した「CAPCOM Pro Tour 2023」の決勝大会「CAPCOM CUP X」においてライブ配信の同時接続者数が約19万人以上を記録するなど大盛況となりました。さらに、国内チームリーグ戦「ストリートファイターリーグ: Pro-JP 2023」を皮切りに、北米、欧州でも実施した同リーグ戦の決勝大会「ストリートファイターリーグ: ワールドチャンピオンシップ 2023」を開催し、熱戦が繰り広げられました。そのほか、シンガポール等でのイベント実施によるeスポーツの振興

など、グローバル規模でのユーザー層の裾野拡大に向けた施策を講じました。

この結果、eスポーツ等への先行投資などにより、売上高は42億4百万円(前期比3.6%減)、営業利益は8億83百万円(前期比38.4%減)となりました。

次期においても、「CAPCOM Pro Tour 2024」の決勝大会「CAPCOM CUP 11」の優勝賞金を100万ドルとするなど、グローバルでのユーザー層の裾野拡大に向けて様々な施策を講じていきます。

また、当社IPの全世界への浸透拡大を図るべく、コンテンツの映像化推進や他業種とのコラボレーションを通じ、ワンコンテンツ・マルチユース戦略の強みを最大限に生かした施策をグローバルに推し進めていきます。

次期の業績は、売上高53億円(前期比26.0%増)、営業利益は16億円(前期比81.0%増)と増収増益を見込んでいます。